

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO DUTA FLORA NURSERY

Cendikia Citrawan
Ryan Hasianda Tigor
Gayatria Oktalina

Management Program
STIE-IBEK Bangka Belitung
Pangkal Pinang, Indonesia
e.jurnal@stie-ibek.ac.id

Abstract : *The purpose of this research is to analyze, Product Quality, Service Quality and Location on Customer Satisfaction either partially or simultaneously. The theories used in this research are management theory, marketing theory, marketing management theory, product quality, service quality, location and customer satisfaction. The method used in this research is descriptive with a quantitative approach with a view to finding the relationship between research variables using statistical formulas. While the statistical formula used to test the hypothesis is Multiple Linear Regression Analysis. The sample in this study amounted to 96 people. The results of the study proved that: (1) product quality affects consumer satisfaction, (2) service quality affects consumer satisfaction. (3) location affects customer satisfaction.*

Keywords : *Product Quality, Service Quality, Location, Consumer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Usaha toko pertanian bukan hanya menjadi masalah di Indonesia, namun juga menjadi masalah secara global. Pertanian menjadi sektor yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia diseluruh dunia, karena pertanian memproduksi bahan makanan yang menjadi kebutuhan dasar manusia.

Namun, usaha toko pertanian di seluruh dunia juga menghadapi berbagai masalah dan tantangan yang serupa. Salah satu masalah yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan-bahan pertanian. Harga bibit tanaman, pupuk, pestisida, dan bahan pertanian lainnya dapat berubah – ubah secara drastis dalam waktu singkat, tergantung pada faktor - faktor seperti musim, permintaan pasar dan fluktuasi nilai tukar mata uang. Hal ini dapat berdampak negatif pada keuntungan usaha toko pertanian, karena harga jual barang – barang pertanian sulit untuk diatur.

Selain itu, persaingan yang ketat juga menjadi masalah yang dihadapi oleh usaha toko pertanian di seluruh dunia. Masalah lain yang dihadapi oleh usaha toko pertanian secara global adalah perubahan iklim. Perubahan iklim dapat berdampak negatif pada hasil panen dan produksi pertanian secara keseluruhan, sehingga dapat mengurangi permintaan pasar terhadap barang – barang pertanian. Toko pertanian adalah jenis usaha yang bergerak di bidang penjualan barang – barang pertanian seperti bibit tanaman, pupuk pestisida dan alat – alat pertanian. Usaha toko pertanian memiliki peran yang penting dalam mendukung kegiatan pertanian di suatu

wilayah, karena toko pertanian menyediakan berbagai kebutuhan petani untuk meningkatkan hasil pertanian mereka. Dengan demikian pemilik toko pertanian perlu memperhatikan aspek pemasaran dan promosi agar dapat menarik minat konsumen. Saat ini, banyak konsumen lebih memilih untuk berbelanja online daripada berbelanja di toko fisik.

Dikarenakan persaingan yang ketat, sebagai pemilik usaha toko pertanian perlu memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi berbagai masalah dan tantangan di atas agar usaha toko pertanian dapat berkembang dan tetap bersaing di pasar yang semakin ketat. Setiap bisnis akan bertahan ketika dia berhasil memaksimalkan pemasarannya dalam persaingan untuk mencapai tujuannya. Pemasaran dipusatkan untuk memuaskan konsumen dan untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen.

Di Indonesia sendiri perkembangan toko pertanian sangat pesat, hal ini disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pertanian dan pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan. Usaha toko pertanian di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk berkembang, mengingat Indonesia memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah dan mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani atau berhubungan dengan sektor pertanian Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, jumlah penduduk yang bekerja di Indonesia mencapai 135,30 juta orang per Agustus 2022. Jika dilihat berdasarkan sektornya, sebanyak 38,7 juta penduduk bekerja di sektor pertanian. Jumlah itu setara 28,61% dari total penduduk bekerja pada Agustus 2022.

Badan Pusat Statistik (BPS) juga melaporan dalam 3 tahun terakhir dimulai dari tahun 2020 sampai dengan 2022 penduduk Indonesia yang berprofesi sebagai petani mengalami peningkatan, Tenaga kerja informal di Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian pada tahun 2020 sebesar 88,57% lalu pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 0,14% yaitu menjadi 88,43% dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan yang cukup tajam bahkan melebihi dari tahun 2020, tenaga kerja informal di Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian pada tahun 2022 yaitu sebesar 88,89% meningkat 0,32% jika dibandingkan dengan tahun 2020 dan meningkat 0,46% jika dibandingkan dengan tahun 2021.

Berdasarkan data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) ini menunjukkan bahwa sektor pertanian masih menjadi profesi idaman penduduk Indonesia. Melihat data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) maka tidak heran jika pasar toko pertanian di Indonesia semakin

kompetitif dengan semakin banyaknya toko pertanian yang bermunculan di berbagai daerah. Selain itu, persaingan juga semakin ketat dengan adanya toko pertanian online yang memudahkan konsumen untuk membeli produk pertanian secara online. Selain itu, kualitas pelayanan dan kualitas yang ditawarkan oleh toko pertanian juga masih menjadi perhatian. Beberapa toko pertanian belum mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan belum memenuhi standar kualitas produk yang diharapkan oleh konsumen. Masih banyaknya konsumen yang masih kurang memahami tentang pertanian dan produk – produk yang dijual di toko pertanian juga menjadi faktor masalah dalam pemasaran. Masyarakat masih kurang sadar akan pentingnya pertanian dan cenderung memilih produk – produk yang lebih mudah didapatkan di supermarket atau toko swalayan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tantangan dalam pemasaran, toko pertanian perlu memperkuat strategi pemasaran yang inovatif dan efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik dari toko mereka. Dengan cara ini, toko pertanian dapat meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Persaingan toko pertanian di Indonesia sudah menyebar rata di seluruh provinsi di Indonesia, persaingan ini terjadi dikarenakan meningkatnya sektor pertanian di berbagai Provinsi di Indonesia, peningkatan di sektor pertanian ini berkat adanya dukungan pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah serta dukungan dari berbagai pihak terkait untuk meningkatkan produksi pertanian di daerah tersebut.

Provinsi Bangka Belitung merupakan salah satu Provinsi yang mengalami peningkatan dalam produktivitas di sektor pertanian. Peningkatan ini terjadi disebabkan oleh salah satu program yang diluncurkan oleh pemerintah Provinsi Bangka Belitung yaitu program ketahanan pangan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan produksi pertanian dan mengurangi ketergantungan terhadap impor bahan pangan. Dalam program ini, pemerintah memberikan bantuan kepada petani, seperti bibit unggul, pupuk dan alat pertanian modern.

Seperti halnya pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung melalui Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada tanggal 20 Maret 2023 telah menandatangani perjanjian kerjasama dengan Badan Pengelola Dana Perkebunan Kelapa Sawit (BPD-PKS) untuk Peremajaan Kelapa Sawit Pekebun (PKSP) di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang ditargetkan seluas 900 hektar di tahun ini.

Target peremajaan ini disepakati guna meningkatkan produktivitas kepala sawit di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dimana menurut data yang disampaikan oleh Kepala Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, produktivitas kelapa sawit di Bangka Belitung masih sebesar 3,3 ton perhektar yang mana angka ini masih jauh tertinggal jika dibandingkan dengan Nasional yang sudah 3,89 ton perhektar. (dikutip dari laman resmi Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung <https://distan.babelprov.go.id/content/target-peremajaan-sawit-di-babel-tahun-ini-900-hektar>).

Toko Duta Flora Nursery adalah toko pertanian yang sudah lama berdiri di Kabupaten Bangka Tengah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Toko ini menyediakan berbagai macam produk pertanian dengan berbagai jenis merek serta bentuknya. Toko ini berhasil bertahan di era persaingan ketat dengan toko sejenis. Toko pertanian di Provinsi Kepulauan

Bangka Belitung semakin berkembang dan semakin kompetitif. Meskipun persaingan harga merupakan faktor penting dalam pasar, tetapi Toko Duta Flora Nursery ini memiliki strategi pemasaran yang berbeda dari toko pertanian lainnya toko ini berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan, kualitas produk dan keberadaan lokasi usaha untuk memberikan kepuasan pada konsumennya.

Salah satu strategi yang telah diterapkan oleh Toko Duta Flora Nursery ini adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Pemilik usaha menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dengan memberikan pelayanan yang baik, ramah dan cepat tanggap. Dengan memberikan pelayanan yang baik, konsumen merasa dihargai dan memiliki pengalaman positif ketika berbelanja di toko pertanian tersebut.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan, Toko Duta Flora Nursery ini juga memperhatikan kualitas produk yang dijual. Toko ini menyediakan produk – produk unggulan dengan kualitas terbaik seperti pupuk, benih berkualitas tinggi dan pestisida. Produk – produk ini memiliki kualitas yang baik dan dapat memberikan hasil panen yang optimal bagi para petani.

Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha dituntut untuk mampu memuaskan konsumen, selain peningkatan kualitas pelayanan dan kualitas produk, memiliki lokasi yang strategis juga menjadi variabel yang penting untuk mempertahankan kepuasan konsumen, Toko Duta Flora Nursery ini didirikan di lokasi yang strategis. Seperti diketahui lokasi yang baik dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan visibilitas merek dan meningkatkan aksesibilitas konsumen. Lokasi Toko Duta Flora Nursery terletak di wilayah yang sebagian besar penduduknya adalah petani.

Bertahannya Toko Duta Flora Nursery di dalam sebuah persaingan ketat ini adalah hasil dari kecermatan pemilik usaha yang memilih untuk fokus ke kualitas pelayanan, kualitas produk dan penentuan lokasi usaha yang menjadi sebuah strategi pemasaran yang efektif. Dengan memberikan pelayanan yang baik, produk yang berkualitas dan lokasi usaha yang mudah dijangkau, toko pertanian ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas pasar.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Duta Flora Nursery.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Duta Flora Nursery.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Duta Flora Nursery.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

II. LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Kualitas produk tidak hanya menentukan kepuasan pelanggan, namun juga dapat mempengaruhi reputasi bisnis, pangsa pasar dan keuntungan.

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis harus lebih diperhatikan agar perusahaan dapat bertahan di era persaingan ini. Masih banyak orang yang menganggap produk adalah

suatu penawaran yang nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. “Secara luas, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang, fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide” (Kotler, 2002)

Menurut Lesaman dan Ayu (2019) bahwa kualitas produk merupakan “suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja serta lingkungan untuk memenuhi setiap konsumen.” Pemilik usaha harus lebih peka dengan apa yang dibutuhkan para konsumennya, agar produk yang perusahaan produksi dapat memenuhi standar kualitas para konsumennya Windarti dan Ibrahim (2017) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen.”

Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pengalaman pelanggan dalam membeli produk yang baik atau buruk akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Oleh karena itu, pemilik usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. “Kebutuhan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen, haruslah cepat ditanggapi, yaitu dengan upaya pengembangan produk sesuai dengan harapan konsumen tersebut.” (Assauri, 2012).

Kualitas Pelayanan

Dalam dunia bisnis, tidak hanya produk / jasa yang harus diperhatikan, tetapi kualitas dari pelayanan juga wajib menjadi perhatian. Karena kualitas pelayanan dapat mempertahankan konsumen, dengan adanya kualitas, berarti perusahaan harus memenuhi harapan – harapan konsumen dan memuaskan kebutuhan pelanggan.

Menurut Edvarson kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas harus menjadi perhatian khusus bagi para pebisnis agar bisnis yang dijalankannya dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Menurut Hessel Nogi S. Tangkilisan (2005) pelayanan adalah “proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung.” Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrasi yang diberikan oleh orang lain.

Tjiptono (2000) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah “tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Sedangkan menurut Parasuraman (2013) definisi kualitas pelayanan yaitu “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima.” Kualitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat erat berkaitan dengan kepuasan konsumen.

Rita Dwi Saputri (2022) mengungkapkan “kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan.” Pola konsumsi dan gaya hidup

pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.

Lokasi

Lokasi usaha merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi lalu lintas pelanggan, kenyamanan karyawan dan kelancaran operasional bisnis. Pemilihan lokasi yang tepat dapat memiliki dampak signifikan pada keberhasilan bisnis. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan profitabilitas, dan memudahkan pengelolaan bisnis.

Menurut Lupyoadi (2000), lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan karyawannya ditempatkan. Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pengusaha atau pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor yaitu :

1. Akses yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas ada 2 hal yang perlu diperhatikan yaitu :
 - 1) Banyaknya orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang yang besar terhadap terjadinya *impulse buying* yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - 2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran atau ambulans.
4. Fasilitas parkir, tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
6. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Contohnya, warung makan berdekatan dengan daerah kost, asrama mahasiswa, kampus atau perkantoran.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Memilih lokasi yang berbeda dari pesaing dapat memberikan keunggulan kompetitif dan mempermudah penetrasi pasar. Selain itu, menganalisa persaingan juga dapat membantu pemilik usaha menentukan apakah pasar di wilayah tersebut sudah jenuh atau masih memiliki potensi untuk pertumbuhan.
8. Peraturan pemerintah, Faktor regulasi dan kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi penentuan lokasi usaha. Pemilik usaha memahami peraturan zonasi, izin usaha, pajak, dan insentif yang ditawarkan oleh pemerintah daerah untuk mendukung pengembangan bisnis

Kepuasan Konsumen

Menurut Mowen dan Minor dalam Yuniarti (2015) mendefinisikan bahwa “kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperolehnya dan menggunakannya.” Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang dan jasa tersebut.

Kotler dalam Sangadji (2013), kepuasan adalah “sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli.” Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana apa yang diharapkan oleh konsumen dari sebuah jasa atau produk terpenuhi. Menurut Tjiptono (2015) “kepuasan konsumen merupakan evaluasi konsumen yang membandingkan harapan pra-pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.” Kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang setelah melakukan

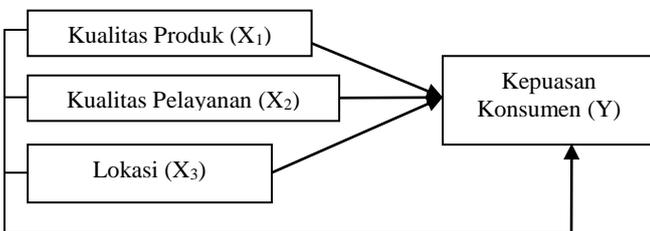
pembandingan antara kualitas dari produk dengan apa yang diharapkan (ekspektasi). Jika harapan konsumen terpenuhi maka konsumen akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain. “Dimana kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa,” Rustanti (2015).

Garis besarnya adalah kepuasan dapat diartikan, adanya kesamaan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diterima konsumen dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen. Pada era persaingan yang ketat ini, kepuasan konsumen merupakan hal yang utama, apabila konsumen merasa puas terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ditawarkan maka Lokasi akan terjalin, ketika konsumen sudah mempercai produk atau jasa yang ditawarkan maka perusahaan akan mendapatkan sebuah keuntungan. Usaha dalam memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan atau dengan situasi sama menang, yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan, dari sisi perusahaan akan terjalinnya kepercayaan antara konsumen dan perusahaan, dan akan terjadinya pembelian kembali (repeat order) serta dari sisi konsumen, apa yang diharapkan konsumen sudah dipenuhi oleh perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini memiliki kerangka pemikiran sebagai dasar alur pikir sehingga dapat memudahkan pembaca dalam mengerti tujuan dari penelitian ini. Adapun kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data Hasil Olah Peneliti (2023)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dari perumusan masalah, tujuan penelitan, landasan teori dan telah dituangkan dalam kerangka pemikiran, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis I

H₀ : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

Hipotesis II

H₀ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

Hipotesis III

H₀ : Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

H₁ : Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

Hipotesis IV

H₀ : Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

H₁ : Kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery.

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Menurut Sugiyono (2019) Penelitian survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada kedai coffee “Toko Duta Flora Nursery” yang beralamat di Jl. Komplek Kantor Gubernur, Dusun Samhin, RT.09, No.33, Kelurahan Padang Baru, Kecamatan Pangkalan Baru, Kabupaten Bangka Tengah, Kepulauan Bangka Belitung

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada saat pengajuan judul proposal yaitu, bulan Februari sampai dengan selesai di Toko Duta Flora Nursery.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Toko Duta Flora Nursery.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa teknik *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka jumlah sampel dicari dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019) :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel yang diperlukan
- Z² = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%
- p = Peluang benar 50% = 0,5
- q = Peluang salah 50% = 0,5
- e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang dihasilkan adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan diatas maka didapati jumlah sampel yang dapat diambil adalah berjumlah 96 orang.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Teknik Analisis Data

Kegiatan ini meliputi : mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian kuantitatif terdapat dua macam statistic yang digunakan yaitu: statistic deskriptif dan statistic inferensial (Sugiyono, 2010) dan pengujian data dengan bantuan *software* statistik JASP

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas dari kuesioner yang disebar. Suatu kuesioner dikatakan valid dan sah apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Chanovieta Mutiarasani, 2019). Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa :

“Adanya kesamaan dari hasil penelitian data yang terkumpul berdasarkan data yang sesungguhnya yang terjadi pada objek yang diteliti. Dapat dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang akan diukur.”

Dalam penelitian ini peneliti akan mengukur tingkat validitas data menggunakan bantuan dari alat uji statistik yaitu *Jeffery's Amazing Statistics Program* (JASP).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ditujukan untuk mengukur kuesioner yang berupa indikator dari variabel. Uji reliabilitas kuesioner dilakukan dengan teknik Cronbanch Alpha. Suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,6 dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Hasil $\alpha > 0,60$ = Reliabel atau Konsisten
2. Hasil $\alpha < 0,60$ = Tidak Reliabel atau Tidak Konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji suatu model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak normal. Pengujian normalitas data menggunakan *Saphiro Wilks* di dalam program JASP.

Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menemukan adanya korelasi antar variabel independen dalam sebuah model regresi. Menurut Husen Umar (2011) model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (bebas). Untuk mendapatkan model regresi yang baik maka dilakukan uji multikolinieritas, multikolinieritas antar variabel independen (bebas) dapat diukur berdasarkan tingkat *variance inflation faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Nilai *tolerance* diatas 0,10 atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka variabel tersebut tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2009).

Uji Heterokedasitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, (Husen Umar, 2011). Apabila varian residual suatu pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastitas, sedangkan regresi yang baik adalah regresi yang Homoskedastisitas, atau yang tidak terjadi Heteroskedastisitas. Uji Gletser digunakan dalam penelitian ini untuk menguji ada atau tidaknya Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui tidak terjadinya Heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola yang terbentuk pada plot hasil analisa menggunakan JASP, apabila data tersebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dinyatakan tidak terjadi heterokadistitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2015).

Untuk menguji regresi linier berganda adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y^1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

- Y1 = Variabel Dependen
- a = Konstanta
- X = Variabel Independen
- b1,b2 = Koefisien Regresi
- e = Error

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel – variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013) yaitu dengan cara membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} .

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Kriteria untuk Uji Simultasn (Uji F) adalah sebagai berikut :

1. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh.
2. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel bebas terhadap variabel terikat tidak berpengaruh.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai koefisien yang mendekati 1 berarti variabel – variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2013).

IV. PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

Variabel	P-Value	Nilai α	Keterangan
P1 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P2 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P3 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P4 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P5 - X ₁	0.002	<0,05	VALID
P6 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P7 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P8 - X ₁	0.002	<0,05	VALID
P9 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P10 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P11 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P12 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P13 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P14 - X ₁	0.002	<0,05	VALID
P15 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P16 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P17 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P18 - X ₁	<.001	<0,05	VALID
P19 - X ₁	<.001	<0,05	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

P-value dari setiap korelasi antara pertanyaan terhadap variabel X₁ nilainya berada dibawah nilai α (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner Kualitas Produk sudah valid dan layak dijadikan alat ukur penelitian.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Variabel	P-Value	Nilai α	Keterangan
P1 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P2 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P3 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P4 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P5 - X ₂	0.002	<0,05	VALID
P6 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P7 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P8 - X ₂	0.008	<0,05	VALID
P9 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P10 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P11 - X ₂	<.001	<0,05	VALID
P12 - X ₂	<.001	<0,05	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

P-value dari setiap korelasi antara pertanyaan terhadap variabel X₂ nilainya berada dibawah nilai α (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner Kualitas pelayanan sudah valid dan layak dijadikan alat ukur penelitian.

Tabel 3. Uji Validitas Lokasi (X₃)

Variabel	P-Value	Nilai α	Keterangan
P1 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P2 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P3 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P4 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P5 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P6 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P7 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P8 - X ₃	<.001	<0,05	VALID
P9 - X ₃	<.001	<0,05	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

P-value dari setiap korelasi antara pertanyaan terhadap variabel X₃ nilainya berada dibawah nilai α (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner Kualitas

pelayanan sudah valid dan layak dijadikan alat ukur penelitian.

Tabel 4. Uji Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	P-Value	Nilai α	Keterangan
P1 - Y	0.002	<0,05	VALID
P2 - Y	<.001	<0,05	VALID
P3 - Y	<.001	<0,05	VALID
P4 - Y	<.001	<0,05	VALID
P5 - Y	<.001	<0,05	VALID
P6 - Y	0.002	<0,05	VALID
P7 - Y	<.001	<0,05	VALID
P8 - Y	<.001	<0,05	VALID
P9 - Y	<.001	<0,05	VALID
P10 - Y	<.001	<0,05	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

P-value dari setiap korelasi antara pertanyaan terhadap variabel Y nilainya berada dibawah nilai α (< 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner Kualitas pelayanan sudah valid dan layak dijadikan alat ukur penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X₁)

Frequentist Scale Reliability Statistics	
Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.655
95% CI lower bound	0.544
95% CI upper bound	0.745

Sumber : Output JASP

Dapat dilihat nilai reliabilitas dari kuesioner Kualitas Produk (X₁) sebesar 0,655 (*Cronbach's α*) nilai ini lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas 0,60. Dari hasil pengujian ini menunjukkan kuesioner yang diajukan sudah reliabel sehingga kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas produk sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Frequentist Scale Reliability Statistics	
Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.726
95% CI lower bound	0.636
95% CI upper bound	0.799

Sumber : Output JASP

Dapat dilihat nilai reliabilitas dari kuesioner Kualitas Pelayanan (X₂) sebesar 0,726 (*Cronbach's α*) nilai ini lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas 0,60. Dari hasil pengujian ini menunjukkan kuesioner yang diajukan sudah reliabel sehingga kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Lokasi (X₃)

Frequentist Scale Reliability Statistics	
Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.684
95% CI lower bound	0.577
95% CI upper bound	0.770

Sumber : Output JASP

Dapat dilihat nilai reliabilitas dari kuesioner Lokasi (X_3) sebesar 0,684 (*Cronbach's α*) nilai ini lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas 0,60. Dari hasil pengujian ini menunjukkan kuesioner yang diajukan sudah reliabel sehingga kuesioner yang digunakan untuk mengukur lokasi sudah memberikan hasil yang konsisten.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Frequentist Scale Reliability Statistics	
Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.707
95% CI lower bound	0.608
95% CI upper bound	0.785

Sumber : Output JASP

Dapat dilihat nilai reliabilitas dari kuesioner Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,707 (*Cronbach's α*) nilai ini lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas 0,60. Dari hasil pengujian ini menunjukkan kuesioner yang diajukan sudah reliabel sehingga kuesioner yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen sudah memberikan hasil yang konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 9. Uji Normalitas

	Descriptive Statistics			
	K.Prđ	K.Plyn	Lokasi	Kep. Kons
Valid	96	96	96	96
Missing	0	0	0	0
Mean	40.871	25.825	18.860	21.408
Std. Deviation	6.119	5.396	4.306	4.484
Shapiro-Wilk	0.989	0.989	0.981	0.974
P-value of Shapiro-Wilk	0.645	0.648	0.193	0.057
Minimum	24.808	14.470	10.187	13.462
Maximum	60.316	38.991	28.365	31.865

Sumber : Hasil Olahan Data JASP

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *P-Value* dari masing – masing variabel memiliki nilai lebih besar dari nilai Sig. >0,05. Maka data penelitian sudah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 10. Uji Multikolinieritas

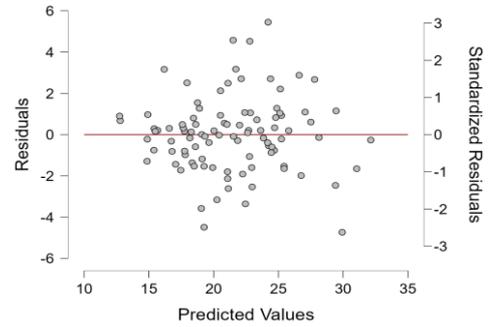
Model	Coefficients						Collinearity Statistics	
	Unstandar dized	Standard Error	Standardized	t	p	Tolerance	VIF	
H ₀ (Intercept)	21.408	0.458		46.781	< .001			
H ₁ (Intercept)	-0.936	1.277		-0.733	0.466			
K.Prđ	0.173	0.041	0.237	4.213	< .001	0.557	1.797	
Lokasi	0.603	0.092	0.579	6.542	< .001	0.224	4.456	
K.Plyn	0.151	0.074	0.181	2.026	0.046	0.219	4.562	

Sumber : Output JASP

Berdasarkan data diatas didapati nilai VIF lebih kecil dari nilai *tolerance* < 10, maka dapat disimpulkan tidak adanya multikolinieritas pada variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heterokedasitas

Gambar 1. Uji Heterokedasitas



Sumber : Output JASP

Berdasarkan Gambar 1. diatas, dapat dilihat bahwa terjadi persebaran titik – titik pada gambar dan tidak terbentuk pola – pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heterokadisasitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 11. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients				
	Unstandardized	Standard Error	Standardized	t	p
H ₀ (Intercept)	21.408	0.458		46.781	< .001
H ₁ (Intercept)	-0.936	1.277		-0.733	0.466
K.Prđ	0.173	0.041	0.237	4.213	< .001
Lokasi	0.603	0.092	0.579	6.542	< .001
K.Plyn	0.151	0.074	0.181	2.026	0.046

Sumber : Output JASP

Untuk menguji regresi linier berganda adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y^1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y^1 = -0,936 + 0,173x_1 + 0,151x_2 + 0,603x_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Nilai Intercept sebesar -0,936 nilai ini bertanda negatif yang menyatakan apabila Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi sama dengan nol (0) maka Kepuasan Konsumen mengalami penurunan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) bertanda positif yaitu sebesar 0,173, menunjukkan besarnya peningkatan kepuasan konsumen apabila kualitas produk ditingkatkan 1 (satu tingkat).
3. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) bertanda positif yaitu sebesar 0,151, menunjukkan besarnya peningkatan kepuasan konsumen apabila kualitas pelayanan ditingkatkan 1 (satu tingkat).
4. Nilai koefisien regresi variabel Lokasi (X3) bertanda positif yaitu sebesar 0,603, menunjukkan besarnya peningkatan kepuasan konsumen apabila lokasi ditingkatkan 1 (satu tingkat).

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 12. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients				
Model		t	p	
H ₀	Intercept)	46.781	< .001	
H ₁	(Intercept)	-0.733	0.466	
	K.Prd	4.213	< .001	
	Lokasi	6.542	< .001	
	K.Plyn	2.026	0.046	

Sumber : Output JASP

Berdasarkan tabel 12. Didapati nilai *P-Value* < 0,05 dan nilai *t_{hitung}* pada masing – masing variabel bebas lebih besar dari *t_{tabel}* 1,985. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 13. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	1601.318	3	533.773	159.158	< .001
	Residual	308.543	92	3.354		
	Total	1909.861	95			

Sumber : Output JASP

Berdasarkan tabel 13. Didapati nilai *F_{hitung}* > *F_{tabel}* dimana nilai *F_{hitung}* sebesar 159,158 sedangkan nilai *F_{tabel}* sebesar 2,70. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 14 : Koefisien Determinasi

Model Summary - Kep. Kons				
Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
H ₀	0.000	0.000	0.000	4.484
H ₁	0.916	0.838	0.833	1.831

Sumber : Output JASP

Berdasarkan tabel 14. nilai koefisien determinasi (KD) R² sebesar 0,838 x 100 = 83,8% yang mana nilai ini mendekati angka 1, sehingga variabel Independen (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi) dapat menjelaskan variabel Dependen (Kepuasan Konsumen) sebesar 83,8% dan 16,2% sisanya dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery serta untuk menjawab pertanyaan dalam perumusan masalah pada penelitian ini maka disimpulkan :

1. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di toko Duta Flora Nursery, hal ini

dapat dibuktikan dari hasil olahan data yang berasal dari jawaban kuesioner para konsumen Toko Duta Flora Nursery.

2. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Duta Flora Nursery, hal ini dapat dibuktikan dari hasil olahan data yang berasal dari jawaban kuesioner para konsumen Toko Duta Flora Nursery.
3. Terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan konsumen di toko Duta Flora Nursery, hal ini dapat dibuktikan dari hasil olahan data yang berasal dari jawaban kuesioner para konsumen Toko Duta Flora Nursery.
4. Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Toko Duta Flora Nursery, hal ini dapat dibuktikan dari hasil olahan data yang berasal dari jawaban kuesioner para konsumen Toko Duta Flora Nursery.

Saran

Setelah melakukan analisis data dan penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran kepada pemilik Toko Duta Flora Nursery yang diharapkan dapat berguna sebagai masukan untuk pemilik dan juga bagi peneliti, diantaranya :

1. Sebaiknya toko mempertahankan kualitas produk yang sudah ada saat ini, agar konsumen tidak ragu lagi untuk menjadikan Toko Duta Flora Nursery sebagai pilihan pertama ketika konsumen merencanakan untuk membeli produk – produk pertanian.
2. Sebaiknya pemilik toko mengadakan pelatihan mengenai standar pelayanan kepada para karyawan toko, agar kualitas pelayanan dari karyawan dapat seragam satu dan lainnya.
3. Sebaiknya pemilik toko dapat memberikan marka parkir pada lahan parkir toko agar para konsumen tidak lagi kebingungan saat hendak memarkirkan parkir kendaraan serta melakukan pembaharuan pada papan nama toko, apabila papan nama toko sudah mulai kusam atau pudar. Tujuannya agar konsumen baru dapat mengetahui lokasi toko.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penilit ini dapat menjadi pedoman dalam melakukan penelitian sejenis dengan objek penelitian toko retail serta penulis mengharapkan agar penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam variabel – variabel pendukung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmad, Erza Rizky (2020) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada VespaBox Kota Malang.
- [2] Afandi, P. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing.
- [3] Algifari. 2016. Mengukur Kualitas Layanan. Cetakan ke 1. Yogyakarta: BPFE
- [4] Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [5] Anesti, Dian. 2020. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online “Gifuto Handicraft” di Instagram. Universitas Islam Negeri. Malang.

- [6] Athoillah, Anton. (2010). Dasar-dasar Manajemen. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [7] Dwi, Rita Saputri. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Riau yang Pernah Melakukan Pembelian Online Melalui E-Commerce Shopee)*. Universitas Islam Riau.
- [8] Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- [9] Fandy, Tjiptono, 2000. Manajemen Jasa, Edisi kedua. Andy offiset , Yogyakarta.
- [10] Heizer, Jay & Render, Barry. 2010. Operations Management-Manajemen Operasi. Edisi 10 Buku 2. Jakarta, Salemba Empat.
- [11] Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- [12] Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- [13] Mark A. Goss-Sampson. 2019. Analisis Statistik Menggunakan JASP : Buku Panduan Mahasiswa. Edisi 2. Terjemahan Bahasa Indonesia.
- [14] Prof. Dr. Ir. Djoko Santosa Agus, MS, Dr. Dwi Sihono Raharjo, SE, MM. 2022. APLIKASI JASP DAN SPSS DALAM PENELITIAN KUANTITATIF. Kepel Press. Yogyakarta.
- [15] Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi.
- [16] Soliha, E. (2008). ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA. Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE), 15(2), 128–142.
- [17] Zulkarnain. 2010. Dasar – Dasar Hortikultura. Jakarta : Bumi Aksara.335 hal.